

УДК 008

Белікова Світлана

«FAST FOOD» У КОНТЕКСТІ КРОСКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Доповідь присвячена проблемам кроскультурної комунікації у глобалізованому світі. Велику роль приділяється культурі харчування як складової повсякденної культури. Зокрема розглядається «fast food» як фактор формування сучасної ідентичності та встановлення міжнаціонального діалогу.

Ключові слова: глобалізація, кроскультурна комунікація, культура харчування, «fast food», міжнаціональний діалог.

Bielikova S. Fast food in the context of cross-cultural identity

The presentation is devoted to problems of cross-cultural communication in a globalizing world. A food culture is attended most of all as a part of everyday culture. Especially considers fast food as a factor of forming a contemporary identity and establishment of international dialog.

Key words: globalization, cross-cultural communication, food culture, fast-food, international dialog.

Беликова С. Fast food в контексте кроскультурной коммуникации

Доклад посвящен проблемам кроскультурной коммуникации в глобализированном мире. Большая роль уделяется культуре питания как составляющей культуры повседневности. В особенности рассматривается «fast food» как фактор формирования современной идентичности и установления межнационального диалога.

Ключевые слова: глобализация, кроскультурная коммуникация, культура питания, «fast food», межнациональный диалог.

У зв'язку з ростом національної самосвідомості на початку 90-х рр. XX в. в Україні та світі актуалізувалася проблема міжнаціональної та кроскультурної комунікації – способу зв'язку

з різними національностями та гармонізації міжнаціональних взаємин [2, с. 60].

Глобалізація розуміється як процес всесвітньої стандартизації й уніфікації культурної, соціальної, політичної, економічної діяльності [3, с. 43]. Критика глобалізації зводиться до того, що в результаті стандартизації соціальних, культурних, економічних і політичних інститутів є ризик втрати культурної різноманітності та послаблення національної самосвідомості й самоідентичності. Це робить проблемним адекватне засвоєння культурних норм і цінностей, які не входять у дискурс глобалізації, який складається переважно з риторики задоволення повсякденних потреб.

З іншого боку, ослаблення національної самоідентифікації й стандартизація культурних норм пом'якшує міжгрупові конфлікти на ґрунті згладжених ідентичностей (національних, релігійних, класових тощо), формує толерантне ставлення до представника інокультурного середовища, оскільки толерантність є внутрішньо заданою програмою поведінки стосовно людини або групи людей, яка здобувається індивідами через соціальні інститути й життєвий досвід [6, с. 63].

Щоденний досвід «іншості» оточує нас скрізь, тому людина зобов'язано реагувати на нього відповідно [5, с. 136].

Для найефективнішої кроскультурної взаємодії важливі істотні зусилля з боку суб'єктів цієї взаємодії, що полягають із динамічності, рухливості світоглядів. Але це робить вразливою самоідентифікацію людини кожної з культур, які взаємодіють, тому що людині запропоновані до вибору альтернативні «modus existendi», але вона не може оцінити всеобічно наслідки їх прийняття [1].

Одним із полей, де відбувається кроскультурна комунікація, є культура харчування. Культура харчування у сучасному світі є неодмінним об'єктом, що піддається уніфікації та стандартизації (так звана «магдоналізація» – всесвітнє поширення закусочних швидкого харчування й популяризація «fast food») [4, с. 52].

Спільне поглинання знайомої усім їжі («fast food») призводить до транскультурного пізнання при мінімальних зусиллях з боку учасників комунікації, без необхідності вторгнення у тілесну ідентичність Іншого та зобов'язання самому переймати тілесний досвід іншої гастрономічної культури [5].

За рахунок тілесного пізнання (ти їси те ж саме, що і я) у свідомості суб'єкта формується толерантне відношення до іншого суб'єкта як до друга, а не як до ворога.

Глобалізація в цьому процесі комунікації має двосторонній характер: з одного боку стандартизовані мережі закусочних і транснаціональні корпорації, що виготовляють продукти харчування, створюють конкуренцію національній кухні, монополізуючи ринок споживання, а з іншого – сам факт тотальної присутності й поширення повсюдно типізованої й культурно нейтральної (або такої, що ідентифікується як західна/американська) їжі допомагає налагодити контакт з представниками іншої раси, національності, культури.

Література:

1. Бурмистров С. О концептуальных основаниях диалога культур в условиях глобализации [Эл. ресурс] / С. Бурмистров // элект. журн. «Перспективы». – М., 2005. – Режим доступа к журн.: <http://anthropology.Ru/ru/texts/burmistr/dialogueglob.html>.
2. Вергун Т. В. Постановки проблемы межнационального общения имеекультурнойкоммуникации // Этнические проблемы современности. – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2000. – Вып. 6. – С. 60–64.
3. Журавлев В. Глобализация: вызовы истории и ответы теории / В. Журавлев // Знание. Понимание. Умение. – 2004. – № 1. – С. 43–46.
4. Ритцер Дж. Макдонализация общества 5 / пер. с англ. А. Лазарева. – М. : Праксис, 2011. – С. 52.
5. Сохань И. Телесное узнавание Другого: роль культуры еды в формировании толерантности / И. В. Сохань // Сборник трудов III Международной научной конференции «Исследования мира и миротворческий дискурс в системе образования». – 2008 г. – Томск : изд-во ТГПУ, 2008. – С. 133–137.
6. Тишков В. А. Толерантность и согласие в трансформирующихся обществах (доклад на Международной научной конференции ЮНЕСКО «Толерантность и согласие») // Очерки теории и политики этничности в России. – М.: Русский мир, 1997. – С. 51.